

VIDEO DOC'

COMMUNICATION AUDIOVISUELLE N° 74 ■ NOVEMBRE 84 ■ 120 FB ■ 18 FF ■



VIDEO, C'EST BELGE

SATELLITES EUROPEENS ■ DROITS CABLE/BELFITEL ■ PUB RADIO
RTBF ■ FESTIVALS VIDEO DU MONDE ■ TABLE RONDE VIDEO CREA-
TION ■ PRODUCTIONS DU MOIS ■

TABLE RONDE VIDEO, C'EST BELGE

Notre numéro hors série publié dans la foulée du Festival International de Montéliard a suscité de vives réactions. Critique justifiée nous a été faite d'avoir négligé la production vidéo de la Communauté française. Pour répondre à ces critiques et suite aux nombreux festivals vidéo qui ont eu lieu dans le monde entier depuis lors, nous avons décidé de rassembler autour d'une table les "fanas de la vidéo belge", vidéastes, producteurs, critiques, diffuseurs et représentants de la Communauté. Gracieusement, la RTBF-Vidéographie et Micro-Climat ont mis à notre disposition un studio et une équipe de technicien. Les débats se sont poursuivis plus de deux heures durant. Le ton était passionné, amer ou enthousiaste. Nul doute, la vidéo dans la Communauté française laboure le champ culturel.

LA VIDEO : TECHNIQUE OU ECRITURE

VIDEODOC - Nicole La Bouverie : Est-ce que la vidéo est un terme synonyme d'une certaine conception de l'audiovisuel, d'un certain type d'écriture ou n'est-elle plus aujourd'hui, 10 ans après les premières expériences de production vidéo, qu'une technique ?

CLAUDE HAIM / Image Video et Polygone : Est-ce qu'elle n'a jamais été autre chose ? La vidéo est avant tout une technologie et non l'inverse...

Prenons le célèbre "Géant" de Michaël Klier. Cette œuvre aurait-elle pu aussi bien être réalisée sur pellicule. Abordons les liens de la vidéo et du cinéma. Si la vidéo n'est qu'une technique, quel intérêt trouve-t-on à présenter des œuvres dans des festivals ou des manifestations comme "Voir des Vidéos" ?

LA VIDEO, CA FAIT MODERNE

MICHEL BONNEMAISON / Vidéaste : Mais on mélange le problème du lien avec le support; on ne peut pas isoler la technologie de l'environnement. Le fait que le film de Klier est une vidéo, c'est une opération pour faire moderne. Un tas de gens emploient et la vidéo et le film. Klier culturellement se réfère au cinéma underground (le pire, le raté) avec des références culturelles risibles comme la musique de Mahler.

A Montbéliard dit-on la vitrine vidéo avait éclaté. Depuis lors on trouve normal que des produits totalement différents de type vidéo-art ou documentaire se cotoient dans un même lieu. Ils sont réalisés en vidéo, une fois encore est-ce suffisant. Apprécie-t-on de la même manière une œuvre vidéo qu'une œuvre cinématographique ? Ne tolère-t-on pas plus volontiers aujourd'hui l'expérimentation en vidéo qu'au cinéma ?

"LE GEANT" : DE L'UNDERGROUND DES ANNEES 20...

M. BONNEMAISON : Le produit Klier, c'est un produit historiquement récupéré par la vidéo. Si en 1984, on fait de la vidéo ce n'est pas pour faire de l'underground des années 20 ou alors on se met dans la pâtisserie ! John Watt dans "Industrial tract" traite le même sujet avec cette fois une réelle utilisation de la caméra vidéo alliée à un computer. Une conception résolument moderne, une démarche esthétique tout à fait nouvelle.

La vidéo c'est la synchro du son et de l'image; elle part du problème du langage, du son et c'est d'ailleurs pour cela que les vidéos valables sont toutes musicales.



LA VIDEO C'EST LA DEVIANCE DE LA TELE

JEAN-LUC OUTERS / Commission Française de la Culture : La vidéo évolue — les vidéastes dans les années 75 étaient des gens qui voulaient se situer par rapport à la télévision. En matière de vidéo documentaire, de fiction, il y avait, pour beaucoup au départ, la technologie : un médium léger et peu coûteux. Quelle utopie ! Les expériences allaient dans deux directions, l'une narguer la télé, l'autre, jouer sur le temps, tourner pendant des heures; le réalisateur de cette deuxième démarche est très proche de la personne filmée, il dialogue avec elle par caméra interposée. Je pense à "Galerie de portraits" de Marie André.

Aujourd'hui, nous entrons dans une nouvelle phase.

OU COMMENCE LE SPECTACLE, OU FINIT LE PLAISIR.

C'est vrai les choses ont changé mais revenons au rapport vidéo-cinéma. Prenons la notion de spectacle. La vidéo en est-elle un ? Dans un festival confronté à des œuvres aussi différentes que celles de Nicole Widart ou de Koen Thys, qu'est ce qui vous retient ou pas devant l'écran, comment consommez-vous ces images ?

MICHELLE CRETEUR / Communauté Française / Ministère : Je vais être critique parce qu'en premier lieu, j'ai envie de dire, je n'aime pas la vidéo ! J'ai d'abord une résistance physique, ça bouge tout le temps et 2 fois plus vite que le cinéma. Mais surtout j'ai une résistance idéologique au fait que c'est devenu un médium à la mode et que tout le monde se précipite dessus; de plus la vidéo est présentée comme un médium absolument moderne, qui innove; or j'ai l'impression que pas mal de ces "innovations" ont été résolues dans les arts plastiques, le théâtre, le cinéma.

La vidéo circule en circuit fermé, en ghetto — la plupart des auteurs n'ont rien à dire. A part les Belges dont la production se démarque au plan international. C'est donc très dur de devenir vidéophile ! C'est vrai aussi qu'il y a des choses très différentes, expérimentales (la volonté de rompre avec l'illusion de réalité), proche du vidéo art comme par exemple le "Grimoire magnétique" qui m'a éblouie, ou les vidéos de J.L. Nyst. Et puis des documentaires comme "Paysages imaginaires" ou des fictions comme "Passe-Murailles". Mais c'est tellement différent que ce n'est pas la vidéo le point de référence. Kalish aurait tout aussi bien pu tourner avec de la pellicule. Il le dit lui-même, il a choisit la vidéo pour des raisons économiques. Il faut donc dissocier les vidéos. La recherche en vidéo doit avoir lieu mais destinée à un public spécifique, montrée dans des lieux spécifiques; les créateurs plus documentaires, fiction doivent être différenciés.

Mais est-ce que pour vous, la vidéo est un spectacle ?

M. CRETEUR : Ça dépend des œuvres; mais la vidéo m'émeut rarement.

EXPERIMENTATION ET ARTISANAT.

KATHLEEN DE BETHUNE / Centre bruxellois de l'Audiovisuel (CBA) : Je me pose une question : est-ce que la vidéo est le lieu d'expérimentation d'au-▶

Un public "obsédé" ?

aujourd'hui ? Par expérience au CBA, je constate qu'on peut travailler de manière artisanale et au cinéma et en vidéo mais avec un problème : les années passants, on se rend compte que la vidéo est devenue un moyen technique lourd et cher comme le cinéma. L'expérimentation est, pour moi, liée à l'artisanal, par exemple Boris Lehman est un artisan, ce qu'il fait se retrouve dans les musées, les festivals indépendants. La vidéo est devenue avant tout un moyen, un support, une possibilité de diffusion, une économie de pellicule mais je ne sais plus si elle est encore liée à l'expérimentation. J'ai rencontré dernièrement le directeur du festival du film à Berlin, pour lui, l'expérimentation était liée au super 8; cela donne à réfléchir...

**FROID DANS LE DOS,
MAL AUX YEUX.**

Mais est ce que vous considérez la vidéo comme un "medium froid" ? ir-regardable ?

ERIC DE MOFFARTS / *journaliste* : Le côté irregardable de la vidéo m'intéresse parce que cela pose question par rapport à une série de messages unifiés, trop lisibles par eux-mêmes.

THIERRY MICHEL / *cinéaste* : Pour moi il y a interaction des technologies vidéo et cinéma. Les clips sont faits en cinéma et montrés en vidéo; Ackerman et Marker mélangent les deux; finalement, l'enjeu film ou vidéo, c'est la lutte entre Kodak et Sony.

Au niveau de la RTBF par exemple : elle a acheté un matériel vidéo pour rentabiliser la main d'œuvre, gagner du temps de travail; à présent, pour amortir ce matériel, il faut s'en servir; on en vient à supprimer le secteur film comme au centre de Liège...

JEAN JACQUES ANDRIEN / *cinéaste* : Pour moi, c'est vraiment deux manières de travailler très différentes; je transfère actuellement mon film "Mémoires" sur cassette. Et ma perception est tout à fait différente; je vois le cadre de mon image en vidéo; dans une salle, sur un écran, non; le film ne fonctionne plus au niveau de la profondeur de champ; un arrière-plan sonore ne fonctionne plus par rapport à un avant-plan sonore; le hors-champ ne marche pas en vidéo... Et donc quand je fais mon transfert sur cassette, je remixe mon film, différemment.

JEAN-PAUL TREFOIS / *RTBF, producteur de l'émission Vidéographie* : Bon mais il faut parler de choses égales; je crois qu'à égalité de qualité image, la vidéo reste moins chère et plus souple que la pellicule. La vidéo a gagné en fiabilité technologique en 10 ans, surtout la vidéo légère; ce qui a apporté des mutations profondes. La vidéo est sortie du monde des musées. Elle a commencé à intéresser

les cinéastes, Wenders, Antonioni, Tati. Ils ont compris que ce média était l'avenir de l'expression audiovisuelle. Une nouvelle génération différente de celle des années septante, qui vient d'un milieu d'écoles de cinéma, qui n'a pas accès au cinéma, à la télévision pour des raisons économiques ou corporatistes, choisit la vidéo. L'exemple le plus frappant est l'école de Berlin. Pour ces gens peut importe

J.L. OUTERS : Tout ce que nous disons pose le problème de la spécificité de la vidéo. Les vidéastes ont épuisé certains codes, ils essaient à présent d'en trouver d'autres comme au festival de La Haye avec l'approche du corps (bande Frankenstein). Mais j'ai peur que ces codes fonctionnent comme discours; ils sont narcissiques, les vidéastes cherchent à être reconnus.



L'obsession du public

le support, ils viennent avec des préoccupations de sujet, de contenu qui n'existaient pas auparavant; ils abandonnent peu à peu les effets électroniques, l'art plastique, voie plus qu'exploitée. Et ce qui se passe en Belgique tranche avec cette vidéo.

Nous avons ici différents vidéastes qui travaillent parfois dans des options différentes; qu'est ce qui justifie leur choix de ce medium ?

JACQUES LOUIS NYST / *vidéaste* : Parce qu'en vidéo, je vois l'image; j'ai un contrôle direct de cette image et c'est un stimulant pour mon système nerveux et émotionnel. Le plus difficile

DES CODES NARCISSIQUES.

pour moi, c'est d'élaborer un scénario parce que j'ai une formation de plasticien qui travaille en direct et à partir de là fait une dérive. En film, ce n'est pas possible. Le moniteur est donc un miroir extraordinaire qui permet d'intervenir et fait réagir l'esprit différemment. Il y a aussi le côté lumière, en film elle est derrière, en vidéo, devant, elle hypnotise.

la vidéo permet de porter sur le quotidien, sur le réel.

L'OBSESSION DU PUBLIC.

Changeons de sujet; le souhait de tout vidéaste est de rencontrer un public le plus vaste possible; c'est pourquoi aux musées et aux festivals ils préfèrent la télévision. La vidéo indépendante va-t-elle faire son entrée à la télévision ? Par la grande porte ?

AGNES LEJEUNE / Canal Emploi Liège : N'oublions par les travaux de recherches menés par Vidéographie, l'Ina. Ils n'ont rien à voir avec la production ordinaire des télévisions. A Canal Emploi-TVC à Liège on essaie de produire des œuvres de gens comme Widart, Riga; mais ce travail de recherche reste compatible avec notre mission de TVC; ces vidéos sont de qualité, exportables.

LUC DARDENNE / vidéaste : La dépendance d'un vidéaste ou d'un cinéaste est la même.

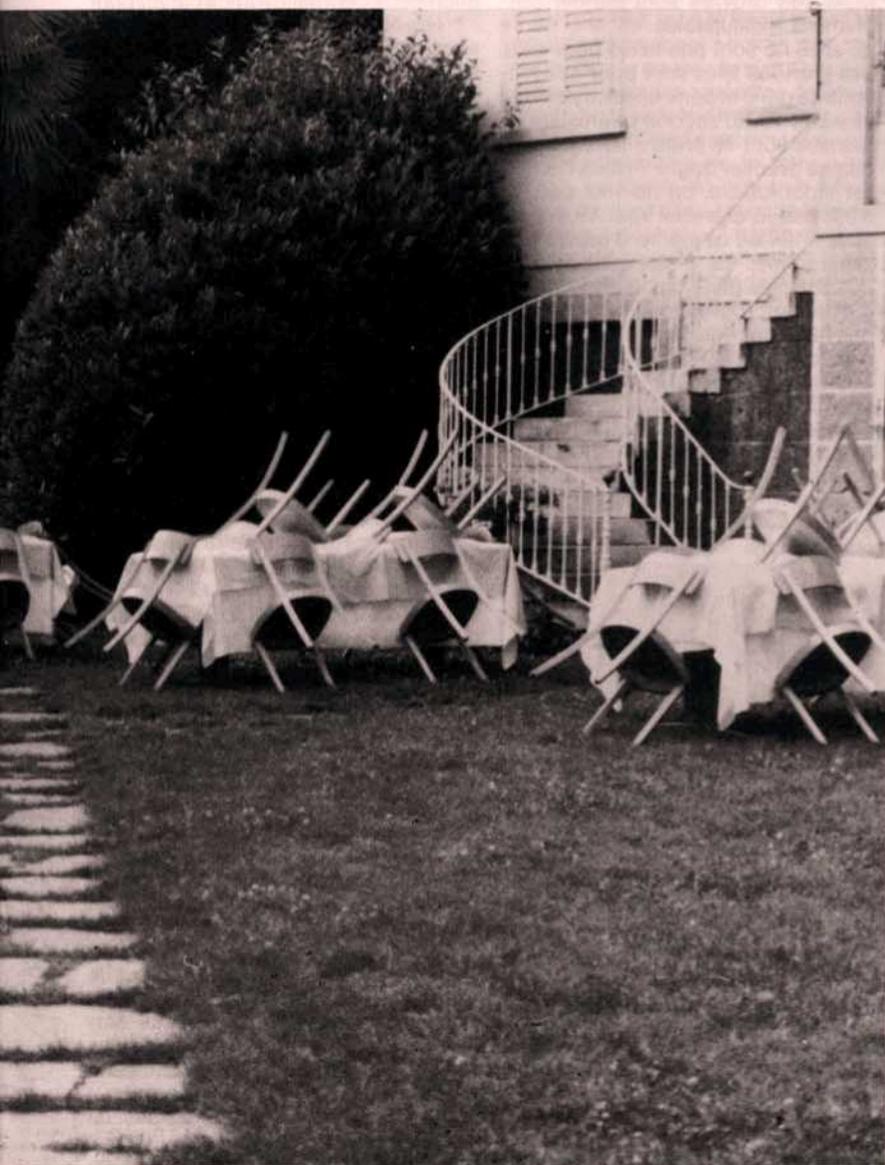
LES ILLUSIONS PERDUES ?

K. DE BETHUNE : Mon expérience des marchés ne me rend pas optimiste. Ne nous faisons pas d'illusions sur ce que nous produisons. Comment faire le poids face aux télévisions confrontées à la publicité, à la course à l'audience, à la concurrence généralisée des programmes ? La vidéo ou le cinéma d'auteur rentrent-ils vraiment dans ce schéma ?

A. LE JEUNE : Malgré la pauvreté des TVC, nous avons tout misé sur la compétence des gens et la tentative de faire des produits exportables. Cette politique prise il a deux ans à Canal Emploi porte aujourd'hui ses fruits. Suite à Montbéliard, un producteur allemand est venue visionner des bandes de Canal Emploi; il va probablement signer avec nous un contrat de distribution pour l'Italie et l'Allemagne de 5 vidéos et est demandeur pour des coproductions. Nous avons amorcé une machine. Autre chose est de parler de rentabilité; pour moi elle est avant tout institutionnelle. Elle pourrait devenir commerciale mais c'est un pari sur l'avenir. Certaines de nos bandes circulent aussi dans des maisons de la culture en France; notre créneau n'est pas seulement la vente en télévision mais aussi un type de diffusion plus marginale.

J.P. TREFOIS : Il faut poser les bonnes questions qui correspondent au développement réel de la vidéo en Belgique. La vidéo-crédation est un travail qui date d'il y a dix ans et la situation est toujours aussi mauvaise; il ne faut pas se faire d'illusions. Il y a un patrimoine vidéo mais la question n'est pas de se demander "Comment le rentabiliser au Vidcom ?". Il faut d'abord faire prendre conscience aux pouvoirs publics que cette création culturelle existe pour qu'ils aident davantage les structures actuelles de production vidéo qui vivent difficilement. Sans parler d'une aide enfin professionnelle aux vidéastes qui manquent de moyens. Après, on pourra reparler de rentabilité !

**TOUT LE MONDE COURT
DERRIÈRE L'ARGENT, DERRIÈRE
LA RECONNAISSANCE.**



NICOLE WIDART / vidéaste : Ce qui m'intéresse dans la vidéo, c'est de pouvoir filmer beaucoup, d'avoir plus à montrer qu'à dire; car la vidéo est autre chose que du son — qui à la télé est si souvent médiocre. L'important est la recherche entre le son et l'image. De plus la vidéo opère une rupture de code par rapport à la télévision traditionnelle. Mais en définitive ce qui m'interpelle le plus, c'est le regard que

Est-ce utopique d'y songer. La vidéo indépendante peut-elle rencontrer les exigences d'une diffusion de masse ?

L'INEVITABLE DÉPENDANCE.

T. MICHEL : Les vidéastes sont dépendants; ils ont besoin de moyens techniques d'une institution de télévision forte. Je n'entrevois par l'indépendance.

C. HAIM : Il y a une évolution; au début les vidéastes ne se souciaient pas des retombées économiques. La crise étant là, tout le monde court derrière l'argent. Les gens qui font de la vidéo art doivent choisir entre une œuvre personnelle qu'ils ont envie de faire et un produit rentable.

Il est difficile de concilier les deux aspects des choses. Si on va au Vidcom avec ses œuvres sous le bras, en espérant les vendre, on se casse la figure ! Par contre, si on y va pour voir ce qui se vend, se fabrique sur le marché, on peut espérer au bout de quelques années avoir une production industrielle. Mais ce n'est pas la même chose. A Image Vidéo, je suis relativement déçu, j'ai cru que ceux qui faisaient de l'expérimental pourraient aussi faire des produits grand public; mais c'est impossible.

J.L. OUTERS : Par rapport à ce problème de reconnaissance des œuvres vidéo, nous devons un peu faire notre auto-critique. Ce qui me frappe dans les festivals vidéo, c'est qu'on ne sait pas très bien ce qu'on va voir, on passe d'une salle à l'autre comme si le regard vidéo (en comparaison du regard cinéma) n'existait pas; la vidéo n'est pas appréhendée de manière singulière. Là il y a un travail à faire : rendre la vidéo plus singulière par la diffusion, la critique.

LES TELEVISIONS SONT MECHANTES.

L. DARDENNE : C'est impensable de demander aux vidéastes de faire des œuvres qui correspondraient aux critères de diffusion de masse. Je ne vois pas pourquoi le rabotage devrait se faire chez les créateurs plutôt qu'à la télévision.

T. MICHEL : Je voudrais quand même dire dans ce problème de ventes qu'il y a des domaines où la Belgique s'impose. Par exemple celui du film documentaire. J.J. Andrien a eu un prix à Manheim pour "Mémoires" et je reviens d'un festival à Nyon où trois films documentaires belges ont eu des ventes TV. C'est peut-être un peu le cinéma du pauvre mais parce qu'il est vrai que le cinéma hollywoodien a façonné l'imaginaire des peuples les plus reculés d'Asie jusque dans les corons du pays noir.

K. DE BETHUNE : Mais la vente est toujours aussi difficile !

CHRISTINE PIREAUX / Wallonie Image Production (WIP) : Le rôle d'une structure d'accueil comme le WIP, c'est d'aider à la création, de lui donner un minimum de moyens. Il ne faut pas tomber dans le piège de la rentabilité. Bien sûr, nous voulons vendre, diffuser, c'est un objectif parmi d'autres car ce qui est primordial, c'est de permettre l'émergence d'auteurs. Mais si la rentabilité n'est plus secondaire alors il faut ouvrir le débat; au WIP,

nous avons commencé cette discussion.

M. BONNEMAISON : Les gens qui choisissent un certain type de vidéo le font comme le poète qui écrit un sonnet; ce sonnet n'est pas écrit pour le Reader's Digest ! Il est malgré tout très beau ! Il y a une attitude un peu facile, celle de dire quand on est vidéaste que les télévisions sont très méchantes de ne pas diffuser son œuvre. Mais ces œuvres sont parfois simplement indiffusables en télé parce qu'elles ne sont pas faites pour cela. Les grandes télés sont pour des millions de gens et donc elles ne peuvent être des TV au second degré. Les vidéastes sont-ils prêts à faire un produit au premier degré ? Nous non, on est indécrottable, on ne veut pas; ce n'est pas le créneau visé. Vidéographie a fait de ce genre d'œuvres un programme; ça c'est valable, c'est possible; les gens ont le choix de regarder ce programme là. On ne peut pas balancer des œuvres d'auteurs à n'importe qui, il y a des lois !

MONICA GLINEUR / journaliste : Je ne suis pas du tout d'accord; la TV au premier degré, c'est rassurant; c'est une dysenterie d'images. Et puis tout à coup, quelque chose se passe, c'est l'accident, comme Téléchat, Vidéographie — c'est un détournement de la télévision.



QUE FAIRE : VENDRE ? CREER ?

Synthétisons. L'expérimentation n'a pas sa place à la TV. Bien, alors il faut lui en trouver une autre. Mais si les films d'auteurs suivent le même chemin que l'expérimentation, le problème est embêtant. On a tendance à dire : travaillons autrement, que le marché décide au lieu du vidéaste (démarche proposée par Claude Haim). Produisons en fonction du marché mais restons quand même différents ! Est-ce concevable car la question qui domine ce débat reste : que faire de la vidéo, où la montrer ?

M. CRETEUR : Si on se met à définir une politique de la création en fonction du marché, nous allons très vite mettre le pied dans un engrenage qui va nous tuer ! Il n'y aura de création que s'il y a une politique relativement assistée par les pouvoirs publics avec, bien sûr, un degré relatif d'auto-financement. Une des premières cho-

ses à affirmer, c'est que la création doit être un moteur du développement culturel. Nous devons défendre cela au risque de saper la branche sur laquelle nous sommes assis.

C. HAIM : Je ne dis pas que toute l'activité vidéo doit être centrée vers le marché mais les propos de Micheline Créteur sont en contradiction avec les faits. Il y a 6 ans qu'Image Vidéo existe; nous avons comme subsides un million deux cent mille francs par an pour créer. Ne rions pas ! Il faut donc trouver l'argent ailleurs. Images Vidéo a créé Polygone, société commerciale qui a acheté pour 6 millions d'équipements; avec ce matériel, nous faisons des films industriels et avec l'argent que rapportent ces films, on achète à nouveau du matériel et nous le mettons à la disposition de productions de création pure ou de création plus proche du marché. Si maintenant on nous donne 15 millions, alors d'accord, nous ne faisons plus de films industriels mais seulement de la création !

La Médiathèque de la Communauté Française, un des leviers d'intervention des pouvoirs publics, soutient la création en éditant depuis quelques temps certaines œuvres (en cassette) qu'elle met à la disposition du public par l'intermédiaire de son réseau de prêt. Quel est l'impact de cette expérience ?

JEAN-MARIE BEAULOYE / Médiathèque : L'impact est nul. Nous avons commencé il y a un an à éditer dans un but justement de singulariser des vidéos. C'est une tentative d'injecter dans le marché des vidéo-cassettes, des produits de création. Le public n'a pas encore répondu.

J.P. TREFOIS : A l'exception d'un mécénat, c'est illusoire de croire que le secteur privé va aider la création que nous avons diffusé ici. On dit il n'y a pas d'argent mais il ne faut pas tout voir en terme d'argent. Ici à la RTBF, il y a un patrimoine audiovisuel formidable, les meilleurs techniciens, le meilleur matériel de Belgique. Tout cela est sous-employé ou mal employé. Il peut donc aussi y avoir des aides sous forme de service, c'est à développer.

MARIANNE OSTEAX / Vidéobus : La production indépendante dans la Communauté française a voulu dire en même temps des choses différentes et de manière différente. C'était peut-être beaucoup en une fois pour le public. Peut-être va ton maintenant seulement devenir plus accessibles ? Quand à la rentabilité, j'appuie Jean-Paul; c'est comme si on disait que l'enseignement doit apporter de l'argent.

K. DE BETHUNE : A propos de la RTBF, il y a quelques coproductions. Mais vu le déficit de la RTBF, tout se

Vasulka : l'opium des vidéastes

rétrécit, les moyens sont de plus en plus réduits, indépendamment de la bonne volonté! Le CBA, comme le WIP, reçoit 5 millions par an pour 15 productions! Nous travaillons avec des salaires et des moyens ridicules, voir impossibles. On ne peut pas continuer comme cela. Il faut vendre les produits. C'est un souci logique. Il s'agit de subsister, pas d'être rentable!

C. PIREAUX : Le ministre Moureaux soutient la thèse selon laquelle la RTBF doit aider les créateurs. La Communauté a d'ailleurs détaché des budgets pour des coproductions mais on ne voit rien venir...

LE BON CHOIX

Que répondre ? Nous ne pouvons que regretter l'absence de Madame Piereux, du service des affaires commerciales de la RTBF, invitée ce soir, qui aurait pu nous donner des détails précis à ce sujet.

Cessons donc de déplorer la pénurie des moyens financiers. Elle existe, personne ne la remet en cause. Posons-nous un autre type de question. Au vu de la plupart des vidéos produites dans la Communauté française, analysons le choix du sujet. Est-ce là que le bât blesse ? N'avons-nous pas une certaine prédilection pour des sujets compliqués — réservés au départ à quelques happy few ? Pourquoi les frères Dardenne ne font-ils pas un jeu télévisé, une dramatique ? Que faire des travaux des Vassulka ? Que faire de certains scénarios déposés au CBA ou ailleurs et qui dès le départ, présentent toutes les caractéristiques d'un produit indiffusible ?

CHRIS DERCON / journaliste : Si Heiner Müller en RFA avait pensé à son public en écrivant, il n'y aurait jamais eu un Heiner Müller ! Le travail, par exemple, que nous faisons à la BRT avec une émission comme "Danse et caméra" est, si on veut, élitiste; personne en Belgique ne connaît cela ! Mais nous avons notre pensée et nous voulons montrer aux gens ce qui existe.

M. CRETEUR : Nous n'avons pas en Belgique de production grand public que ce soit en film ou en vidéo. Parler du grand public, c'est déjà tuer la création. Mais tout produit est diffusable. Il ya des pistes à exploiter, celle du documentaire par exemple. On pourrait tisser des liens avec le même courant au Canada.

C. DERCON : Micheline Créteur a tendance à classer la vidéo en genre; je ne crois pas que ce soit intéressant comme démarche. C'est l'expression audiovisuelle qui est intéressante. Cela vaut la peine de passer "J'ai la tête qui tourne" de Nyst à 19h à la RTBF ou "Paysages imaginaires" dans un musée. C'est alors une question de confrontation et c'est cette

forme de confrontation que je défends. Il n'est pas nécessaire de convaincre le public en douceur !

Michel Bonnemaison peut-il illustrer tout ce qui vient d'être dit par sa dernière expérience : le passage de l'émission "Vidéo à la chaîne" sur FR3.

M. BONNEMAISON : Je crois que c'est une erreur absolue d'avoir fait ce type de collaboration! Je serais programmeur à FR3, je ne le ferais pas ! C'est des émissions tombent comme des cheveux dans la soupe. Je suis agacé par cette frénésie des cinéastes de vouloir se précipiter à la télévision. Parce que leur choix, c'est l'expérimental. Je le répète : personne ne le fera à leur place; la télévision n'a pas besoin d'eux, ils n'ont pas besoin de la télévision. Il y a pour chacun une direction originale à prendre. Par contre la télévision peut avoir en son sein un secteur d'expérimentation. Il est inutile pour un vidéaste d'aller sa propulser n'importe où. Il faut se calmer !

SATISFAIRE DEUX DISCOURS.

Justement, ce à quoi on assiste parfois à la Communauté française, c'est qu'on donne beaucoup de place à l'expérimentation au sens large du terme — et puis parallèlement, on tient un discours sur les industries



culturelles. Et on finit par se retrouver sur les marchés internationaux avec des programmes expérimentaux.

C. PIREAUX : Ce ne sont en tout cas pas des ateliers comme le WIP qui souhaitent aller sur ces marchés !

On colle donc un discours d'industrie culturelle sur une politique de création. De même en France, avec la mission Schreiner qui essaie de faire "monter en charge" les réseaux câblés avec des vidéos de création, des films militants... Comment réagir face à cette pratique ?

J.P. TRÉFOIS : Ceci souligne les contradictions d'une politique culturelle. D'accord. Et après !

M. CRETEUR : C'est vrai, il y a à l'intérieur de la Communauté française deux discours qui ne sont pas nécessairement mis en relation. C'est donc un problème. Mais encore une fois, on peut sortir de ce dilemme en exploitant des créneaux, en se posant beau-

coup plus le problème de la relation vidéo/télévision. Essayer de faire des produits de 55 minutes (format TV), tenir compte de données précises. On peut aller plus loin et envisager, pourquoi pas, de lancer des "séries" mais en termes de création. Je crois qu'il est possible de trouver des solutions pour allier création et diffusion, création et vente.

L. DARDENNE : Dans tout ce débat, nous devons tenir compte de la situation historique. On a d'une part une massification des critères de diffusion TV et d'autre part des auteurs en désaccord avec ces critères qui sont tentés d'aller dans des voies qui deviennent de plus en plus minoritaires au niveau du public. C'est un danger. Mais on ne peut pas choisir pour cela les critères de réalisation de masse. Ce sont des fonctionnements différents, on ne peut pas standardiser l'écriture. Nous sommes intéressés par l'histoire du langage audiovisuel, le public aussi... Evidemment nous voulons être vu ! Mais nous voulons aussi lutter contre un public qui refuse de voir, qui est éduqué à ne pas voir; lutter contre des programmeurs, des producteurs de télévision porteurs d'une idéologie et qui refusent notre démarche. Le collectif Dérives est venu dernièrement présenter un programme aux gens de l'émission "A suivre" et le seul critère a été : "votre film est d'un niveau universitaire alors que le public est d'un niveau humanités inférieures". Et nous avons été refusés sur ce seul critère, c'est pénible !

M. BONNEMAISON : Un public large ne peut recevoir que des choses auxquelles il est préparé. Pour notre émission sur FR3, nous avons imaginé des petits clips de 3 minutes et les auteurs pouvaient jouer dans ce cadre. Nous avons défini comme cela un type de créneau possible pour la télévision et son public.

EN CONCLUSION...

Plusieurs thèmes ont été abordés : les écoles de la vidéo, les lieux de la vidéo, la production, la nature de la vidéo et les politiques culturelles qui la soutiennent ou la détractent. Deux heures ne suffisent pas à vider des questions aussi nombreuses et aussi vastes. Peut-être serait-il souhaitable que nous convoquions ce genre d'assemblée plus fréquemment. Une prochaine fois on pourrait utilement s'attarder exclusivement à l'évaluation des programmes produits dans la Communauté française. C'est avec la rétinie surexcitée par de longues heures de vision critique que nous devrions nous rencontrer lors d'un prochain rendez-vous. Merci à tous.

Mis en forme par
Nicole La Bouverie
et Marianne De Muylder

Chris Dercon : montrer aux gens ce qui existe